

2. Максименко, А. А., Павлова, О. В. Солидарный интерес как условие идентичности организационной культуры // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. – 2008. – №4. – С. 371-376.

3. Фигуровская Ю.Е. Особенности социального взаимодействия в форме партнёрства в современной России // Эффективность управления как комплексная проблема. – Тверь. – 2006. – С. 59-63.

УДК 316.7

Шуклина Елена Анатольевна,

доктор социологических наук, профессор Shuklina_elena@mail.ru

УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ УСЛУГИ

Аннотация: В статье анализируются особенности институционального подхода к феномену социокультурной услуги, характеризуются ее особенности и институциональные функции.

Ключевые слова: культура как социальный институт, услуга, социокультурная услуга, институциональные функции социокультурных услуг

Shuklina Elena Anatoliavna

SOCIOCULTURAL SERVICE AND ITS INSTITUTIONAL FUNCTIONS

Annotation: The article touches upon the institutional approach to sociocultural service phenomenon: its features and institutional functions.

Key words: culture as a social institute, service, sociocultural service, institutional functions of sociocultural service.

Традиционно принятый в экономической [1;2;3;4, 105] и социологической [5, 191-193] литературе анализ социокультурной услуги как вида деятельности, социального взаимодействия, процесса обмена между общностями, социальными группами имеет определенные ограничения функционального характера. Прежде всего, это связано с возможностями оценки эффективности услуги или комплекса услуг определенного типа. В контексте социологического подхода к анализу проблемы становится очевидным тот факт, что оценка социальной эффективности услуги представляет собой серьезную задачу измерения. При этом процедура измерения проблематизируется отнюдь не по причинам методического или технического характера. Прежде всего, она зависит от концептуализации понятий «услуга», «социокультурная услуга», «социальная эффективность» и реализации тех или иных методологических подходов к анализу проблемы. Одним из возможных направлений теоретического анализа и решения данной проблемы является дальнейшее развитие институционального подхода к исследованию феномена социокультурной услуги.

Социокультурная услуга представляет собой динамическую составляющую социального института культуры. Охватывая далеко не весь спектр видов деятельности, воспроизводящих институциональные отношения, она, тем не менее, является важной частью его функционирования.

В общем виде социокультурная услуга – вид общественного блага, деятельность, ориентированная на общество в целом и отдельные социальные

общности/группы, направленная на реализацию значимых институциональных функций и удовлетворение культурных потребностей потребителя.

Социокультурные услуги выступают средством воспроизводства культуры. Они, с одной стороны, определяются ее ценностями и нормами, с другой – обеспечивают их функционирование в обществе, являясь механизмом социального обмена деятельностью, ценностями, культурными смыслами. Услуга регулируется системой социальных норм, санкций и, задавая нормативные регуляторы поведения человека, выступает в качестве формы социального контроля.

Социокультурные услуги выступают целью, процессом и результатом функционирования учреждений культуры, посредством реализации основного вида деятельности всех субъектов (социальных общностей), включенных в институциональное взаимодействие, профессиональной деятельности тех, кто ее предоставляет и потребительской деятельности тех, на кого она рассчитана.

Социокультурные услуги выполняют целый ряд социальных функций, институционального характера. Соотнесем функции культуры как социального института [6, 116-117] и социальные функции социокультурной услуги.

Для них характерны:

1. функция материального и духовного производства. Будучи нематериальной и неосязаемой, социокультурная услуга обеспечивает реализацию материального и духовного производства, является условием создания социальных ценностей, процессом и формой творческой деятельности. Социокультурная услуга выполняет функцию духовного производства, создавая и передавая потребителю культурные смыслы, нормы, которые соотносятся с ценностями и социокультурными стандартами общества, социальной группы/общности.

2. функция сохранения, тиражирования и трансляции созданных вновь или воспроизведенных ценностей. В процессе реализации социокультурная услуга сохраняет и распространяет культурные ценности, транслируя и трансформируя их в контексте социального времени и пространства социальных отношений. Это касается ценностей как массового характера, так и эксклюзивных, элитарных, узкоспециализированных. Другими словами, широта спектра социокультурных услуг обеспечивает распространение и функционирование многообразия культурных смыслов в обществе.

3. социо-регулятивная функция процесса создания, сохранения, распределения, потребления материальных и духовных благ. Социокультурная услуга самим фактом своего существования задает нормативность разного уровня. С одной стороны, она является инструментом регулирования духовного производства, распределения и потребления (будучи необъемлемой частью рынка культурного производства и потребления), с другой – сама регламентируется нормативными и ценностными механизмами, существующими в обществе, правовыми регуляторами, традициями, обычаями и т.д. На индивидуально-личностном уровне социо-регулятивная функция социокультурных услуг осуществляется в процессе социализации, когда

получение услуг способствует восприятию культурных и общечеловеческих ценностей, формируя и регулируя тем самым нормы поведения личности.

4. коммуникативная функция. Прежде всего, социокультурная услуга обеспечивает коммуникативное взаимодействие социальных групп и социальных общностей, потребляющих и предоставляющих эти услуги. Кроме того, она развивает коммуникативные навыки личности, формирует ее коммуникативную компетентность. Социокультурная услуга оптимизирует диалоговые процессы в обществе, создавая смысловые поля, общие для разных социальных субъектов, способствует формированию межкультурного взаимопонимания и толерантности. Социокультурная услуга апеллирует прежде всего к оптимизации смысло-символьного взаимодействия субъектов культурного потребления, используя в качестве коммуникативных средств языки разного типа.

5. функция социального контроля в обществе. Социокультурные услуги осуществляют одну из самых мягких форм социального контроля, осуществляющегося через процессы социализации. Выступая в роли институциональной формы социального контроля, задействующей совокупность организаций, учреждений и объединений разного типа, они задают нормативно приемлемые рамки, в которых общество оценивает, регламентирует, регулирует различные сферы своей жизнедеятельности. Социокультурные услуги формируют нормативные регуляторы человеческого поведения, стратегии деятельности, с помощью которых личность согласовывает свое поведение с социальными предписаниями и ожиданиями социального окружения.

6. социокультурные услуги также как и институт культуры реализует интегративную функцию. С одной стороны, они способствуют созданию единого социокультурного пространства, объединяя в процессе культурной деятельности различные социальные общности, с другой – функционируют в системе противоречий массового – элитарного, народного – профессионального, высокого – низкого, сакрального – профанного и т.д. Интеграционные процессы осуществляются прежде всего через формирование общественного мнения, регулятивное воздействие на массовое сознание.

7. функция передачи достижений культуры через воспроизводство культурных традиций и трансляции культурного наследия. Социокультурная услуга, выступая в форме актуальной культуры [7, 93-104], ответственна за обеспечение ее жизнеспособности, является средством передачи культурного наследия, культурных благ, традиций. При этом социокультурная услуга актуализирует именно те элементы традиции и культурного наследия, которые имеют смысловой потенциал для современности, является формой репрезентативный культуры, а не «великого кладбища» культурного наследия (по определению Л.Н.Когана) [8, 63].

8. человекотворческая (по Л.Н.Когану) функция раскрывает роль институтов культуры в формировании и развитии личности как субъекта активного культурного творчества. Процесс производства и потребления

социокультурных услуг без сомнения связан с развитием духовного потенциала личности, ее самосозиданием, самореализацией, самоактуализацией. В условиях массового общества эта функция социокультурной услуги реализуется крайне противоречиво.

Включение в поле социологического анализа феномена услуги, социокультурной, в частности, является важной задачей в условиях, когда актуализируется проблема исследования социальных условий, факторов и последствий функционирования рынка культуры. Поиск путей оптимизации управленческих воздействий на данную сферу напрямую связан с изучением социального контекста функционирования социокультурных услуг.

Библиографический список

1. ГОСТ Р 50646-94 : услуги населению. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://standartgost.ru/2050646-94>. - (Дата обращения : 07.01.2014).
2. Международный стандарт ИСО 8402 : управление качеством и обеспечение качества / Словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.standartov.ru>. - (Дата обращение : 07.01.2014).
3. Корабейников И. Н. Сущностные характеристики и понятие информационной услуги [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru>. - (Дата обращения : 07.01.2014).
4. Котилко В. В. Стратегия развития сферы услуг / В. В. Котилко. - М. : Сатурн - С, 2003.
5. Банникова Л.Н. Маркетинг как социальный процесс: социологические аспекты анализа. Екатеринбург, УГТУ-УПИ, 2007.
6. Зборовский Г. Е. Социология досуга и культуры : учебник для вузов. / Г. Е. Зборовский. - М., 2006.
7. Шапко В.Т. Феномен актуальной культуры // Социс. 1997. № 10. С. 93–104.
8. Коган Л.Н. Социология культуры / Л.Н. Коган. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1992.

УДК 1 + 291.6

Щетинина Елизавета Витальевна,
аспирант, schetininaev@yandex.ru

Челябинская государственная академия культуры и искусств, г. Челябинск

ВЛИЯНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ ОБЩЕСТВА НА РАЗВИТИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ДВИЖЕНИЙ В ПОСТСОВЕТСКОЙ РОССИИ

Аннотация: В статье с философской точки зрения рассматриваются проблемы влияния трансформированного в ходе общественных сдвигов в постсоветской России ценностного базиса на развитие нетрадиционных религиозных движений, исследуются антропологические и социальные причины становления религиозности нового типа. На примерах конкретных организаций рассматривается субъектная ценностно-мотивационная картина участия в новых религиозных движениях. Делается вывод о прямой зависимости смены системы ценностных ориентиров на рост популярности новых религиозных движений.

Ключевые слова: ценности, новые религиозные движения, человек, философская антропология.